

SUBVENTION TRIENNALE À LA STRATÉGIE DE PROMOTION DES MAISONS D'ÉDITION

OBJET

La subvention triennale à la stratégie la promotion des maisons d'édition est une aide sélective qui a pour objet d'accompagner les éditeurs indépendants dans la consolidation de leur modèle économique par la structuration de leur stratégie de promotion de leurs auteurs et publications (hors revues).

ELIGIBILITE

Demandeurs

Sont éligibles les personnes morales qui remplissent les conditions cumulatives suivantes :

- être une structure dont le siège est établi dans un pays membre de l'Union Européenne et disposant d'un établissement ou d'une succursale en France, dont d'édition de livres en langue française et/ou dans une des langues de France est l'activité principale et figure dans l'objet social et les statuts, quels que soient sa forme juridique ;
- être une petite et moyenne structure dont le capital de l'entreprise est détenu à hauteur d'au moins 50% par des personnes physiques ou par une ou plusieurs entreprises répondant à la définition européenne de la PME dont le capital est lui-même détenu à au moins 50 % par des personnes physiques) ;
- avoir au moins trois ans d'activité (i.e. deux exercices comptables complets) ;
- avoir un catalogue régulièrement alimenté, avec une moyenne de 5 ouvrages par an au cours des deux dernières années ;
- réaliser un chiffre d'affaires sur l'année N-1 compris entre 75K€ et 2M€ ;
- réaliser au moins 50% de son chiffre d'affaires par la vente de livres en librairie ;
- réaliser son chiffre d'affaires majoritairement par la production d'ouvrages relevant des domaines littéraires soutenus par le CNL (cf. ci-dessous) ;
- ne jamais avoir bénéficié de l'aide triennale au cours des deux dernières années ;
- ne pas bénéficier de l'aide ponctuelle à la promotion des auteurs et publications au cours des 12 derniers mois (à l'exception des années 2024 et 2025) ;
- ne pas faire l'objet d'une procédure collective ;

- ne pas relever de l'édition publique ;
- ne pas pratiquer l'édition à compte d'auteur ou en autoédition ;
- respecter les obligations normatives en matière d'exploitation des œuvres, notamment vis-à-vis des titulaires de droits d'auteur des livres du catalogue.

Projets

Le projet de stratégie de promotion devra être présenté dans une note (2/3 pages), qui détaillera les constats, les objectifs et les nouvelles actions qui seront mises en place pour structurer une stratégie de promotion au niveau de la structure. Sont concernés notamment les types de projets suivants :

- les actions de surdiffusion, de promotion et d'information organisée par l'éditeur, en complément du travail réalisé par son diffuseur, à destination du réseau des points de vente ;
- l'élaboration de stratégie et d'outils de communication (catalogues thématiques, site internet, vidéos, etc.)
- l'organisation ou participation à une manifestation interprofessionnelle destinée à promouvoir le catalogue du demandeur (dans la limite de 3 participations annuelles à des salons) ;
- relever majoritairement des domaines littéraires soutenus par le CNL. Sont concernés tous les domaines hormis les suivants :
 - o pratiques, guides et cartes ;
 - o scolaire, parascolaire et outils pédagogiques ;
 - o universitaire (actes de colloques, thèses, ouvrages collectifs, manuels, publications de type « Mélanges », rapports et synthèses non adaptés en vue d'une publication destinée à un public de non spécialistes) ;
 - o technique et professionnel, y compris juridique ;
 - o arts plastiques contemporains ;
 - o livres de jeux, jeux de rôle ;
 - o entretiens de type journalistique ;
 - o catalogues, répertoires, bibliographies, chronologies non raisonnées,
 - o almanachs, annuaires, brochures et dépliants divers ;
 - o dictionnaires et encyclopédies courants sans dimension critique ;
 - o recueils de sources et documents non commentés ;

- o livrets d'opéra et partitions de musique, scénarios ;
- o témoignages ;
- o publications à caractère apologétique ou confessionnel ;
- o ouvrages ésotériques ;
- o développement personnel.

CONSTITUTION ET DEPOT DES DOSSIERS

Constitution des dossiers

Le dépôt des demandes de subvention auprès du CNL se fait exclusivement en ligne, par le biais d'un portail numérique des demandes d'aides.

Le demandeur doit fournir au CNL les différents éléments mentionnés sur le portail numérique des demandes de subvention, ainsi que toute pièce jugée utile par le président du CNL.

Dates de dépôt des dossiers

Les dossiers sont étudiés lors d'un comité d'aides économiques aux maisons d'édition et de librairie qui se réunit au moins un fois par an, puis lors d'une commission d'experts qui se réunit au moins une fois par an

Les dates limites de dépôt des dossiers sont annoncées sur le site internet du CNL.

PROCEDURE D'EXAMEN DES DOSSIERS

Procédure d'examen des dossiers

Seuls les dossiers transmis avant la date limite de dépôt des dossiers, complets et répondant aux critères d'éligibilité sont présentés au comité. Ce dernier étudie l'ensemble des pièces et tout particulièrement les éléments financiers de la maison d'édition. Le comité sélectionne les dossiers éligibles qui seront présentés ensuite en commission.

La commission à l'aide à la stratégie de promotion des maisons d'édition composée d'experts se réunit dans un second temps. Elle émet un avis sur chacun des dossiers, notamment au regard de la pertinence et faisabilité de la stratégie de promotion présentée. Au maximum, dix maisons d'édition sont sélectionnées chaque année.

Critères d'examen

Les dossiers sont examinés en priorité selon les critères suivants :

- Motivations et objectifs défendus au regard de la stratégie de la maison d'édition ;
- Qualité et faisabilité de la stratégie de promotion ;
- Elargissement des publics et des partenaires (évolution des points de ventes, des collections, etc.) ;
- La capacité de la maison d'édition à s'engager dans un projet de développement de promotion sur trois années consécutives ;
- Nombre de publications et d'auteurs dont la notoriété n'est pas établie impliqués et capacité du projet à les valoriser et faire connaître le plus largement possible ;
- Aides publiques ou privées déjà obtenues.

Le taux de concours du CNL à la stratégie de promotion est au maximum de 70%.

Montant accordé

Le montant de la subvention sera de 21 000€, qui seront versés en trois fois, soit un montant de 7 000€ annuels pendant une durée de trois années consécutives.

Le montant de la subvention attribuée doit être justifiée à partir d'une assiette de coûts éligibles.

Ne sont pas éligibles les coûts suivants :

- les dépenses de publicité (presse et réseaux sociaux), les rémunérations d'influenceurs et l'achat d'espaces de presse ;
- la conception, l'impression et l'envoi de services de presse ou de catalogues généraux ;
- les abonnements à des services numériques ;
- la rémunération de collaborateurs permanents.

A noter que les dépenses suivantes seront limitées à :

- Un seul billet annuel si aucune alternative terrestre n'est possible ;
- 3 participations maximum à des salons par an et par structure (hébergement, frais de bouche, transport).

ATTRIBUTION DES AIDES

Au vu des avis de la commission, les décisions d'attribution, de refus ou, à titre exceptionnel, d'ajournement sont prises par le président du CNL.

DUREE DE VALIDITE DE L'AIDE

Durée de validité de l'aide

La durée de validité de l'aide est de 36 mois à compter d'une date précisée dans la décision d'attribution ou, le cas échéant, la convention signée avec le CNL. Dans le cas de l'arrêt de la collaboration durant le programme de l'aide triennale, l'aide en cours ne sera pas versée.

Prorogation de la validité de l'aide

Une prorogation de la validité de la subvention d'un an au plus peut être accordée par le président du CNL, sous réserve qu'une demande motivée ait été faite par écrit avant la date de déchéance du bénéfice de la subvention.

OBLIGATIONS INCOMBANT AU BENEFICIAIRE AVANT LE VERSEMENT DU SOLDE DE L'AIDE

Il appartient à l'éditeur de faire figurer le logo du CNL sur tous les supports de communication et documents en lien avec le projet soutenu, en respectant la charte graphique disponible sur le site du CNL. En cas de non-respect de cette obligation, le CNL se réserve le droit de rendre le bénéficiaire inéligible aux aides du CNL pendant un an.

Un bilan d'étape annuel qualitatif et quantitatif sera exigé à l'issue de l'année 1, puis de l'année 2 afin de verser la seconde et la troisième tranche de la subvention, en cas d'absence de bilan annuel le versement annuel de la subvention n'est pas effectué.

Un bilan qualitatif et quantitatif complet est transmis par la maison d'édition bénéficiaire à la fin du cycle des trois ans. Il sera observé avec intérêt l'évolution du chiffre d'affaires sur les trois années d'accompagnement du CNL. Le rendu du bilan final conditionnera la possibilité pour la maison d'édition de candidater à nouveau aux aides à la promotion du CNL et de formuler une demande de prêt au développement des maisons d'édition.

MODALITES DE VERSEMENT DE L'AIDE

La subvention est versée en trois fois, à savoir 7 000€ annuels, après instruction de la délégation à la diffusion et à la lecture. En cas de modification ou de la non-réalisation du projet, la commission à l'aide à la stratégie de promotion des maisons d'édition sera saisie pour donner son avis sur la poursuite de l'accompagnement du CNL et les versements restants.

En cas de non-transmission des justificatifs mentionnés ci-dessus, après le délai de 30 jours et sauf circonstances exceptionnelles laissées à l'appréciation du président du

CNL, les échéances de la subvention ne sont plus versées. Les versements annuels perçus restent acquis.